



Année académique  
2018-2019

Master 1

Syllabus des cours

Master professionnel Ingénierie éditoriale et communication ©2018  
Université de Cergy-Pontoise  
Site de Gennevilliers  
ZAC des Barbanniers, avenue Marcel-Paul  
92230 Gennevilliers  
[www.masteriec.fr](http://www.masteriec.fr)

Directrice : Joanna Nowicki  
[joanna.nowicki@u-cergy.fr](mailto:joanna.nowicki@u-cergy.fr)  
Directrice des études : Luciana Radut-Gaghi  
[luciana.radut-gaghi@u-cergy.fr](mailto:luciana.radut-gaghi@u-cergy.fr)  
Secrétaire pédagogique : Valérie Amyot  
[valerie.amyot@u-cergy.fr](mailto:valerie.amyot@u-cergy.fr)  
Téléphone : 01 41 21 74 83

Réalisation du syllabus : L. Radut-Gaghi  
Réalisation de la charte graphique : Nanyang Dong, promotion 2016,  
sous la supervision de Séverine Dupuis et Mona de Sa.

## Sommaire

---

Modalités de contrôle des connaissances	Page 3
Règlement interne	Page 5
Compétences	Page 7
Calendrier	Page 9
Programme des cours du premier semestre	Page 11
Programme des cours du second semestre	Page 27

## Modalités de contrôle des connaissances

Année universitaire 2018-2019

### MASTER

Domaine : « Arts, Lettres, Langues »  
Mention : « Métiers du livre et de l'édition »

**Parcours Ingénierie éditoriale et communication**  
Finalité professionnelle

**Cadre réglementaire : Arrêté du 25 avril 2002 relatif au diplôme national de master**

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT00000771847&fastPos=65&fastReqId=1794378360&categorieLien=cid&oldAction=rechTexte>

**Est-il prévu une 2<sup>nd</sup>e session ? : NON sauf possibilité de soutenir le mémoire ou le rapport de stage en septembre.**

\*Est-elle accessible à tous les étudiants non admis? : **NON et les questions suivantes n'ont pas lieu d'être puisqu'il n'y a pas de 2<sup>nd</sup>e session**

\*L'étudiant non admis est-il libre **de ne pas** repasser tout ou partie des UE et des EC non validés ? : **sans objet**

\*Si oui, les notes et les résultats des UE et des EC qu'il choisit de ne pas repasser sont reconduits en 2<sup>nd</sup>e session.

\*Lorsque l'étudiant se présente en 2<sup>nd</sup>e session :

- La meilleure des deux notes entre la 1<sup>ère</sup> session et la 2<sup>nd</sup>e session est retenue : **sans objet**
- La note de la 2<sup>nd</sup>e session annule et remplace la note de la 1<sup>ère</sup> session : **sans objet**

### Traitement de l'absence à une épreuve d'examen

- Absence injustifiée en 1<sup>ère</sup> session : **Note = 0**  
**Sauf pour le mémoire et le rapport de stage = Défaillant**
- Absence justifiée en 1<sup>ère</sup> session : **Note = 0**  
**Sauf pour le mémoire et le rapport de stage = Défaillant**
- Absence injustifiée en 2<sup>ème</sup> session : **note = 0**
- Absence justifiée en 2<sup>ème</sup> session : **note = 0**

### Règles particulières

**Pré requis à l'entrée en M1 : compétences en langue française, niveau d'anglais, pré requis en informatique et expérience d'au moins un mois dans le domaine de la communication ou de l'édition.**

\*Existe-t-il des notes-seuils pour la validation des semestres, des UE ou des EC ? **NON**

\* Existe-t-il des critères de sélection pour le passage du M1 au M2 ? : **OUI pour les étudiants n'ayant pas suivi le parcours type en M1 (IEC) à l'UCP.**

\* En cas d'absence de réussite en première ou deuxième année, le jury de la formation statue sur l'éventualité d'un redoublement concernant les étudiants du parcours qui en font la demande.

### Mode d'obtention du diplôme intermédiaire de maîtrise

**En faire la demande écrite après validation des deux semestres de la première année de Master**

Chaque semestre du master 1 doit avoir été validé : **OUI** semestres non-compensables dans la même année.

La moyenne du master 1 doit être supérieure ou égale à 10/20 : **OUI**

### Mode d'obtention du diplôme terminal de master

Chaque semestre du master 2 doit avoir été validé : **NON** semestres compensables dans la même année.

Chaque semestre du master 1 **et** du master 2 doit avoir été validé : **NON**

La moyenne du master 2 doit être supérieure ou égale à 10/20 : **OUI**

La moyenne du master 1 **et** du master 2 doit être supérieure ou égale à 10/20 : **OUI**

Autres conditions : **Au semestre 4, l'UE « Projet de recherche et mémoire », la note doit être supérieure ou égale à 10/20**

**Y-a-t-il compensation entre semestres ? : NON en M1, OUI en M2**

**Mode d'attribution de la mention du diplôme:**

\*Maîtrise : la mention attribuée résulte de la moyenne du master 1 : **OUI**

\*Master : -La mention attribuée résulte de la moyenne du master 2 : **NON**

-La mention attribuée résulte de la moyenne du master 1 **et** du master 2 : **OUI** + mention pour le mémoire

Mentionnée sur le PV de soutenance

\*Y-a-t-il prise en compte des notes des semestres accomplis :

-A l'étranger, dans le cadre des échanges internationaux ? : **OUI**

-Dans un autre établissement français d'enseignement supérieur ? : **OUI** (pour les étudiants qui sont sélectionnés à l'entrée en M2)

**Seuils des mentions attribuées :**

\*Mention « Passable » :  $10/20 \leq \text{Note} < 12/20$   
14/20

\*Mention « Assez Bien » :  $12/20 \leq \text{Note} <$

\*Mention « Bien » :  $14/20 \leq \text{Note} < 16/20$

\*Mention « Très Bien » :  $\text{Note} \geq 16/20$

**Absentéisme**

Un étudiant qui aura plus d'1/4 d'absences injustifiées dans un cours n'aura pas le droit de passer l'examen. Il sera défaillant sur l'UE.

## Règlement interne

---

Cette formation est dédiée à des étudiants inscrits en formation initiale, en formation continue et à des étudiants en apprentissage. Le règlement ci-dessous les concerne tous.

Des **représentants des étudiants** sont élus au début de chaque semestre afin d'être leurs porte-paroles.

Les **rendez-vous avec les enseignants** sont pris par le secrétariat.

**L'assiduité** aux cours est obligatoire. Toute absence doit être justifiée auprès du secrétariat. Au-delà d'un quart d'absences non justifiées à chaque cours, l'étudiant est considéré défaillant, c'est-à-dire que l'enseignant ne corrigera plus ses copies d'examen. Une feuille d'émargement est à signer au début de chaque cours. Il est dans l'intérêt de l'étudiant de veiller à ce que sa signature y figure. La ponctualité est de rigueur : un retard non annoncé en début de cours entraîne l'enregistrement de l'absence de l'étudiant pour toute la séance.

Tout **travail** doit être rendu en **version papier** (sauf indication contraire de l'enseignant). Tout **travail rendu en retard** entraînera une pénalité en points (2p. à partir du premier jour de retard et 2p. pour toute semaine supplémentaire de retard). Cette consigne concerne toutes les matières.

**Le voyage d'études** fait partie du programme de formation et tout le monde y participe.

**L'apprentissage** est géré par le CFA SACEF, 5, rue Cadet, 75009 Paris. Votre interlocutrice est Madame Benjamine Letu-Montois ([b.letu-montois@cfasacef.fr](mailto:b.letu-montois@cfasacef.fr)).

**Les stagiaires** sont suivis par l'équipe pédagogique et ont l'obligation de la tenir informée de la recherche de stage, du déroulement du stage et des difficultés rencontrées. Les stagiaires doivent veiller à ce que leur convention de stage et les avenants de la convention soient signés au moins une semaine avant le début du stage. Toute volonté de changement ou de réduction de la durée du stage est à signaler. Vos interlocuteurs pour les stages sont Valérie Amyot ([valerie.amyot@u-cergy.fr](mailto:valerie.amyot@u-cergy.fr)) pour les conventions de stage, Dominique Dufour ([hidominique@gmail.com](mailto:hidominique@gmail.com)) et Pascal Rouleau ([pascal.rouleau@sfr.fr](mailto:pascal.rouleau@sfr.fr)) pour la recherche de stage, le suivi de stage et le retour d'expérience.

**Le mémoire de recherche professionnelle** est obligatoire et l'étudiant doit suivre un séminaire, en fonction de la spécialité choisie. Les règles de rédaction vous sont communiquées dans le document interne « Mémoire de recherche professionnelle ».

Du **matériel** peut être prêté aux étudiants. Il est à retirer dans le casier du master au 2<sup>e</sup> étage, au niveau du studio de télévision. La clef de ce casier sera gardée à tour de rôle par un étudiant de la promotion, selon un emploi du temps établi en début d'année. Le matériel est à réserver auprès de Madame Bernadette Pasquier ([bernadette.pasquier@u-cergy.fr](mailto:bernadette.pasquier@u-cergy.fr)). Pour tout prêt de matériel, l'étudiant se fait responsable de sa disparition ou détérioration. Dans le même casier se trouvera **un double de la clef de la salle de cours**, à utiliser en cas de besoin (non-ouverture par les agents de sécurité).

### Règles de courtoisie :

*Les salles de cours* sont un lieu de travail et non un lieu de convivialité. Ce n'est pas non plus un buffet. Les étudiants sont responsables de la tenue des salles de cours et de la salle commune. Régulièrement, ils seront invités à prendre en charge le rangement de ces espaces collectifs.

*L'ordinateur* est toléré pendant le cours exclusivement pour la prise de notes. En termes de courtoisie, un écran ouvert fait barrage entre l'étudiant et l'enseignant. Il faut donc limiter son usage au strict nécessaire.

L'utilisation des *téléphones portables* pendant les cours est strictement interdite.

<b>Comité de direction du Master</b>	Joanna Nowicki, directrice de la formation
	Luciana Radut-Gaghi, directrice des études
	Pascal Rouleau, PAST édition
	Dominique Dufour, PAST communication

<b>Organisation projets tutorés</b>	Supervision	Joanna Nowicki et Luciana Radut-Gaghi
	Responsables	Responsable projets tutorés édition: Pascal Rouleau
		Responsable projets tutorés communication: Dominique Dufour
	Chargée module gestion (M1)	Angela Pinzone
Tuteur	Un ou des tuteurs par projet tutoré	

<b>Responsables stages</b>	Dominique Dufour et Pascal Rouleau
----------------------------	------------------------------------

<b>Coordination suivi apprentissage</b>	Benjamine Letu-Montois
---	------------------------

<b>Secrétariat pédagogique</b>	Valérie Amyot
--------------------------------	---------------

## Compétences génériques - liste établie au niveau de l'UCP -

---

### Savoirs et technicité

- Conduire un projet en équipe pluridisciplinaire.
- Identifier et exploiter les techniques, méthodes et outils de sa spécialité.
- Analyser des problématiques complexes en fonction de l'environnement.
- Concevoir et mettre en œuvre des actions dans le respect de la déontologie.

### Communication / relation

- Travailler en équipe dans un contexte national ou international.
- Transmettre de l'information et des savoirs adaptés aux publics.
- Communiquer à l'écrit et à l'oral dans une langue étrangère.

### Traitement de l'information

- Identifier les sources pertinentes d'information, organiser et exploiter les données.
- Contextualiser l'information dans une perspective opérationnelle.
- Élaborer un écrit de synthèse sur une problématique complexe.

### Initiation aux réalités économiques

- Assurer la veille technique de sa spécialité et prendre en compte les innovations.
- Identifier les éléments clés d'une situation afin d'informer ou d'alerter.
- Élaborer des éléments stratégiques d'une action et proposer des recommandations de mise en œuvre.

## Compétences spécifiques du Master IEC

---

### Édition

- Rechercher de l'information documentaire et iconographique.
- Coordonner un ouvrage collectif : du chemin de fer à l'impression, en passant par la sélection des iconographies et la rédaction des textes.
- Coordonner l'impression d'un livre ou de supports de communication.
- Organiser des contenus thématiques : créer des sommaires, des collections, organiser des chapitres, des livres.
- Réaliser la refonte de documents existants : plaquettes, maquettes, affiches.
- Assurer le secrétariat d'édition : suivre toutes les étapes de la réalisation d'un ouvrage, de la réception du texte de l'auteur jusqu'à l'impression du livre.

### Communication

- Organiser des conférences de presse pour 10 à 50 personnes.
- Écouter et prendre en compte les remarques des auteurs, des clients, de commanditaires, des fournisseurs.
- À partir d'un brief, proposer une recommandation stratégique et construire le



plan d'actions s'y référant.

- Assurer une veille éditoriale et culturelle.
- Rédiger du contenu web adapté à la stratégie de communication de l'entreprise.
- Créer et gérer un site internet, en assurer le référencement naturel.

### Informatique

- Maîtriser Photoshop, Indesign.

### Droit

- Connaître les procédures juridiques qui garantissent le respect du droit de propriété intellectuelle et permettent l'exploitation des œuvres par un tiers.

### Langues

- Traduire des communiqués ou suivre leur traduction de l'anglais au français et inversement.
- Maîtriser l'anglais dans un contexte professionnel.

# Calendrier 2018-2019

SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DECEMBRE	JANVIER	FEBVIER	MARS	AVRIL	MAI	JUN	JUILLET	AOUT	SEPTEMBRE
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17
18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23
24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24
25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27
28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28
29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29
30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31

**ANNEE 2018/2019 MASTER 1 IEC**



## Programme des cours du premier semestre

Unité d'enseignement	Enseignant	CM /TD	Heures	Coefficients	Crédits	Page
UE1 Structure et enjeux de l'édition	Laurène Hoffmann	CM	18	3	4	12
UE2 Communication et management interculturels	Joanna Nowicki	CM	18	3	4	14
UE3 Histoire de l'édition et de la lecture	Pascal Rouleau	CM	18	3	4	15
UE4 Sociologie des organisations	Luciana Radut-Gaghi	CM	18	3	4	16
UE5 Stratégie et outils de communication	Arnaud Benedetti Priscille Rivière	CM	18	3	4	17
UE6 Culture et communication	Isabelle Boyer	TD	18	2	4	18
UE7 Corrections ortho-typographiques	Stéphanie Nau	TD	18	3	3	20
UE8 Relations presse	Valentine Lenglet	TD	15	2	2	22
UE9 Ateliers de gestion de projets et projets tutorés	Equipe projets tutorés	TD	19	1	1	24
UE 10 Communication and Publishing English	Tanguy Bérenger	TD	18	3	3	27
UE11 Communication multimédia	Dominique Dufour	TD	18	3	2	28
Retour d'expérience stagiaires et apprentis*	Benjamine Letu-Montois		3			29

\* L'évaluation de l'UE se fait au second semestre

## Structures et enjeux de l'édition

Laurène Hoffmann

---

### Objectifs - connaissances acquises et compétences visées

---

- Connaître la situation de l'édition en France et dans le monde
- Comprendre les mutations auxquelles l'édition est soumise : mutations économiques, de la distribution et des supports ; réfléchir aux enjeux culturels, économiques et commerciaux auxquels l'industrie de l'édition est confrontée et à la façon dont elle peut s'y préparer
- Comprendre l'importance pour la pratique du métier d'éditeur de se tenir informé de l'actualité de l'édition et repérer les principales sources d'information à sa disposition
- Assurer une veille dans le domaine éditorial. Repérer les principales sources d'information du domaine.

### Plan du cours

---

COURS 1 : L'économie du livre aujourd'hui

Politique et chaîne éditoriale

COURS 2 : Anatomie d'un livre papier et numérique : la création éditoriale

La conduite du projet, la fabrication, le marketing et la promotion du point de vue de l'éditeur

COURS 3 : Atelier en classe - conduite de projet éditorial

COURS 4 : Présentation et analyses de projets, débats

COURS 5 : Devoirs sur table

COURS 6 : Correction et actualité de l'édition, nouveaux enjeux

### Bibliographie du cours

---

#### *Ouvrages collaboratifs*

Histoire de la librairie française, dir. Patricia Sorel et Frédérique Leblanc avec la collaboration de Jean-François Loisy, Electre-Editions du Cercle de la Librairie, 2008.

Le livre : que faire ?, R. Alberto, F. Combes, J. Faucilhon et al., la Fabrique, 2008.

L'édition française depuis 1945, dir. Pascal Fouché, Cercle de la librairie, 1998.

Les Métiers de l'édition, dir. Bertrand Legendre, Éditions du Cercle de la librairie, 2002.

Où va le livre ? : édition 2007-2008, dir. Jean-Yves Mollier, Cécile Boulaire, Alban

Cerisier, Roger Chartier et al., La dispute, Paris, 2008.

#### *Auteurs de référence*

Legendre, Bertrand, L'Édition, coll. Idées reçues, Le Cavalier Bleu édition, 2009.

Schiffirin, André, L'édition sans éditeurs, La Fabrique éditions, 1999.

Schiffirin, André, Le Contrôle de la parole, La Fabrique, 2005.

Siegfried, Unseld, L'auteur et son éditeur, Gallimard, 1983.

#### *Revues*

La revue Livres Hebdo qui publie d'importants dossiers par domaine et permet un suivi de la production éditoriale : nouveaux éditeurs, nouvelles collections, évolutions et

tendances.

*Sites Internet*

[http://www.pascalfouche.fr/chronologie-de-l-edition\\_12.html](http://www.pascalfouche.fr/chronologie-de-l-edition_12.html)

Chronologie (conçue par Pascal Fouché) de l'édition française au XXe siècle.

<http://www.sne.fr/>

Site du Syndicat national de l'édition.

Synthèse-Statistiques-SNE-2017, juin 2017

<http://www.sgdl.org/>

Site de la Société des gens de lettres.

Page proposant des contrats d'édition et tout un ensemble d'aides juridiques sur le droit d'auteur : [http://www.sgdl.org/aideJuridique\\_contrat.asp](http://www.sgdl.org/aideJuridique_contrat.asp)

<http://www.culture.gouv.fr/culture/dll/prix-livre/intro.htm>

Répartition des bénéfices autour du livre.

<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Livre-et-Lecture/Economie-du-livre/Marche-du-livre>

<http://www.centrenationaldulivre.fr>

Site du Centre national du Livre.

Sur ce site, vous trouverez en particulier des études et chiffres clés du secteur.

À lire : Étude de mars 2017 : « Les Français et la lecture »

<http://www.maison-des-ecrivains.asso.fr/>

Site de la Maison des écrivains (organisateur de manifestations littéraires et structure d'aide pour toutes les institutions qui souhaitent recevoir des écrivains).

<http://www.asfored.org/>

<http://www.legifrance.gouv.fr/>

Le Code de la Propriété intellectuelle

<http://www.bief.org>

Bureau international de l'édition française

## Modalités précises de contrôle

---

Devoir sur table.

## Communication et management interculturels

Joanna Nowicki

### Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

---

Cours d'introduction à la communication interculturelle et aux implications qu'elle peut avoir dans l'exercice des responsabilités professionnelles dans un environnement international. Réflexion sur la problématique de l'identité et de l'altérité, de l'impact de la culture sur le rapport à l'Autre. L'objectif du cours est de faire prendre conscience aux futurs responsables de communication de l'impact des facteurs culturels sur les relations entre les peuples et les personnes. Le cours se propose de fournir aux étudiants quelques outils pour améliorer leur manière de se comporter avec des personnes issues des cultures variées et les mettre en garde contre les discours qui peuvent instrumentaliser ou simplifier la diversité culturelle.

Les compétences visées sont l'acquisition de l'esprit critique vis-à-vis de l'attitude ethnocentrique et le développement de la capacité d'ouverture à la différence culturelle.

### Plan du cours

---

1. La communication interculturelle, ses origines, ses méthodes, ses objectifs
2. Identité/Altérité
3. Stéréotypes, préjugés, conflits interculturels
4. Différents modèles de cohabitation culturelle (la laïcité, le multiculturalisme, l'homme des confins)
5. La gestion des entreprises et les différences culturelles
6. L'interculturel dans l'environnement professionnel

### Bibliographie du cours

---

Sélim Abou, *L'identité culturelle*, suivi de *Cultures et droits de l'homme*, Perrin, 2002

Jean Baubérot, *Histoire de la laïcité en France*, Puf, 2004, *La laïcité à l'épreuve, religion et liberté dans le monde*, Universalis, 2004

Peter Coulmas, *Les citoyens du monde, histoire du cosmopolitisme*, Albin Michel, 1995

Philippe d'Iribarne, *La logique de l'honneur. Gestion des entreprises et traditions nationales, Cultures et mondialisation. Gérer par-delà les frontières, La singularité française*, Paris, Seuil

Pascal Bruckner, *Le sanglot de l'homme blanc*, Seuil, 1993

Daryush Shayegan, *Le regard mutilé, pays traditionnels face à la modernité*, édition de l'Aube, 1996

Alain Supiot, *Homo juridicus, essai sur la fonction anthropologique du droit*, Editions du Seuil, 2005

Alain Touraine, *Un nouveau paradigme, pour comprendre le monde aujourd'hui*, Fayard, 2005

Tzvetan Todorov : *L'homme dépaycé*, Seuil, 1996, *La peur des barbares, au-delà du choc des civilisations*, Robert Laffont, 2008

Michel Wiewiorka, *Une société fragmentée, le multiculturalisme en débat*, Edition de la Découverte, 1997

Les Essentiels d'Hermès, *La cohabitation culturelle*, CNRS Editions, 2009

### Modalités précises de contrôle

---

Mutualisation avec le cours communication multimédia : réalisation d'une page web interactive.

## Histoire de l'édition et de la lecture

### Pascal Rouleau

---

### Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

---

- Connaître les grandes étapes de l'histoire de l'édition, de la lecture et de leurs supports ; - Réfléchir sur le long terme aux problématiques de l'édition, de la communication, de la transmission ; - Étudier l'interaction entre producteurs et récepteurs culturels

### Plan du cours

---

Les séances du cours prendront chacune pour point de départ un exemple concret de livre ou de document édité à des périodes et dans des aires différentes. À partir de la matérialité d'objets singuliers, les étudiants seront invités à s'interroger sur les choix éditoriaux, les pratiques de lecture et les usages socioculturels induits par les différents modes de publication et de transmission des textes ou des images.

1. Éditer Homère au IIIe siècle avant J.-C.
2. Copier un manuscrit médiéval : Boèce, *Consolation de la philosophie*
3. Inventer l'imprimerie : la Bible de Gutenberg et quelques incunables
4. Apprendre l'anatomie à la Renaissance avec la *Fabrica* de Vésale
5. Apprendre la gymnastique au XIXe siècle avec les manuels Roret
6. Le livre d'artiste au XXe siècle : Pierre Reverdy & Pablo Picasso, *Le Chant des morts* (1948)
7. Le livre de poche au XXe siècle : Pierre Benoît, *Koenigsmark* (1952)
8. Disséminer l'écrit : les éphémères
9. Devoir sur table

### Bibliographie du cours

---

- BARBIER Frédéric, *Histoire du livre*, Armand Colin, 2001
- BARBIER Frédéric & BERTHO LAVENIR Catherine, *Histoire des médias. De Diderot à Internet*, Armand Colin, 2003
- Bibliothèque nationale de France, *L'Aventure du livre*, en ligne, URL : <http://classes.bnf.fr/livre/>
- BLASSELLE Bruno, *Histoire du livre*, Gallimard, « Découvertes », 2 vol., 1997-1998
- CAVALLO Guglielmo & CHARTIER Roger (dir.), *Histoire de la lecture dans le monde occidental*, Seuil, « Points Histoire », 2001
- MOLLIER Jean-Yves, *Une autre histoire de l'édition française*, La Fabrique éditions, 2015
- PARINET Élisabeth, *Une histoire de l'édition à l'époque contemporaine*, Seuil, « Point Histoire », 2004

### Modalités précises de contrôle

---

Moyenne de deux notes : 1) au choix : soit un exposé oral individuel de 20 minutes à présenter lors des séances 3 à 8, soit le compte rendu écrit d'un article ; 2) devoir sur table portant sur les questions abordées en cours.



## Sociologie des organisations

### Luciana Radut-Gaghi

---

### Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

---

Le cours initie les étudiants aux théories des organisations, d'un point de vue sociologique. La connaissance des courants classiques de pensée leur permettra de mieux comprendre les évolutions des théories et des pratiques actuelles du management de l'entreprise. Les dynamiques actuelles des organisations pourront ainsi être analysées avec des outils spécialisés et non seulement à partir du sens commun. Les mises en situation et les analyses de cas permettront une meilleure compréhension des mécanismes de prise de décision en organisation.

Un des objectifs du cours est de fournir aux étudiants les outils nécessaires à l'analyse de leur propre expérience en entreprise. Le retour d'expérience professionnelle (REX) est fondé en large mesure sur ce cours.

Une des séances du cours est réalisé en collaboration avec la conseillère professionnelle de la formation, Benjamine Letu-Montois (CFA SACEF) et représente une mise en situation professionnelle avec pour objectif une réflexion sur la place que chacun occupe dans son équipe.

### Plan du cours

---

Définitions : organisation, entreprise, institution  
La doctrine taylorienne et la théorie weberienne  
Critiques du modèle bureaucratique  
Le management des ressources humaines  
Théories managériales des organisations  
Approches contemporaines du management  
Dynamiques culturelles et sociales de l'entreprise  
Les relations entre les acteurs  
Le changement organisationnel  
Analyse stratégique des organisations (en vue du REX)

### Bibliographie du cours

---

Catherine Ballé, *Sociologie des organisations*, PUF, coll. Que sais-je ?, 2009  
Florence Osty, Renaud Sainsaulieu, Marc Uhalde, *Les mondes sociaux de l'entreprise. Penser le développement des organisations*, La Découverte, 2007.  
Jean-Michel Plane, *Théorie et management des organisations*, 3<sup>e</sup> édition, Dunod, 2012.  
Jocelyne Robert, *Organisations et changements en entreprises*, Editions de l'Université de Liège, 2007.  
Philippe Scieur, *Sociologie des organisations. Introduction à l'analyse de l'action collective organisée*, Armand Colin, 3<sup>e</sup> édition, 2011.

### Modalités précises de contrôle

---

Devoir sur table : étude de cas avec résolution d'une situation. Tous documents autorisés.

## Stratégie et outils de communication

### Arnaud Benedetti et Priscille Rivière

---

### Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

---

#### **Stratégie de communication (A. Benedetti)**

Présentation des fondamentaux de la communication (presse, com de crise, lobbying,...)

Evolution des organisations des directions de la communication des stratégies de communication et de l'élaboration des stratégies de communication.

#### **Outils de communication (P. Rivière)**

**Quels sont** les différents outils au service d'une stratégie de communication ? Comment les comprendre et les maîtriser ? Cette seconde partie du cours s'articulera autour d'exemples concrets et de mises en situation

Réaliser un plan de communication.

Écouter et prendre en compte les remarques des auteurs, des clients, de commanditaires, des fournisseurs.

À partir d'un brief, proposer une recommandation stratégique et construire le plan d'actions s'y référant.

### Plan du cours

---

- Naissance de la stratégie de communication
- La communication de crise, le lobbying
- Qu'est-ce qu'un plan de communication ?
- Typologie des outils de communication

### Bibliographie du cours

---

- Roger Lenglet, *Lobbying et santé*, éditions Pascal, 2009
- Christian Salmon, *Storytelling*, La découverte, 2008
- Dominique Wolton, *Sauver la communication*, Flammarion, 2008
- Thierry Libaert, Marie-Hélène Westphalen, *Communicator*, Dunod, 2015
- Thierry Libaert, *Le plan de communication*, Dunod, 2013

### Modalités précises de contrôle

---

50% de la note : réalisation d'un plan de communication

50% de la note : devoir sur table

## Culture et communication

Isabelle Boyer

---

### Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

---

Le cours culture et communication s'articule autour de deux grands axes : les fondamentaux de la communication et la notion de culture. Dans un premier temps, il s'agira de traiter de l'évolution historique des sciences de l'information et de la communication et des principaux modèles communicationnels. Les notions de communication interne et externe ainsi que le plan de communication seront abordées. La deuxième partie abordera la notion de culture : les niveaux de culture, les définitions possibles du concept de culture, la culture de masse en lien avec la communication de masse. Le cours s'achèvera par l'introduction du concept de contextualisation (rappel historique : le constructionnisme, généralités sur la contextualisation, contextualisation primaire et contextualisation par la communication).

Ce cours a donc pour objectif : la maîtrise des concepts fondamentaux de la communication, ainsi que les bases de la communication d'entreprise et du plan de communication en tenant compte de la notion de culture.

### Plan du cours

---

Les modèles de la communication  
Les sciences de l'information et de la communication  
Le message persuasif  
Le plan de communication  
La notion de culture  
La culture de masse  
Les industries culturelles  
La contextualisation  
La médiation culturelle

### Bibliographie du cours

---

Abouddrar, B.N., Mairesse, F. (2016). *La médiation culturelle*. Paris, PUF, collection Que sais-je?  
Caune, J. (1995). *Culture et communication*. Grenoble, PUG.  
Dollot, L. (1999). *Culture individuelle et culture de masse*. Paris, PUF, Que sais-je?  
Mucchielli (2005). *Etude des communications: approche par la contextualisation*. Paris, Armand Colin.  
Pour les étudiants venant d'une autre filière :  
Olivesi, S. (2006). *Sciences de l'information et de la communication*. Grenoble, PUG.  
Ollivier, B. (2007). *Les sciences de la communication. Théories et acquis*. Paris, Armand Colin

### Modalités précises de contrôle

---

Rendu d'un travail écrit par groupe de 2 personnes et d'une présentation orale de 5 min  
Sujet : il s'agit de choisir un objet culturel (livre, exposition...etc.) et de réaliser une analyse du plan de communication qui a été mis en place en fonction du public auquel il

s'adresse. Il sera étudié les mécanismes de la communication qui sont en cause pour la diffusion de cet élément de la culture de masse.

L'oral consiste en la présentation d'un des supports média utilisé pour la diffusion de cet objet culturel. Une analyse critique est attendue.

## Correction ortho-typographique

### Stéphanie Nau

---

### Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

---

- Comprendre les enjeux de la correction dans la chaîne de production éditoriale
- Maîtriser les signes de correction ortho-typographique
- Connaître les principales règles typographiques et de mise en pages
- Connaître et maîtriser les principales difficultés de la langue française
- Améliorer un texte en respectant son style et son auteur
- Savoir corriger des épreuves en tenant compte de l'ensemble de ces aspects

### Plan du cours

---

#### La place de la correction dans la chaîne de production éditoriale

- Le parcours du texte
- Les différents intervenants et le rôle de chacun
- Le travail de réécriture

#### La relecture d'épreuves

- Les différents aspects de la correction (que corrige-t-on ?)
- Les signes de correction
- Qu'est-ce qu'une bonne relecture d'épreuves ?
- Qu'est-ce qu'une « marche » de correction ?

#### Usages et règles typographiques

- Règles de mise en pages
- Romain ou italique ?
- Majuscule ou minuscule ?
- Sigles et abréviations
- Chiffres et nombres
- Règles de ponctuation

#### Les principales difficultés de la langue française

- Introduction : pourquoi fait-on des fautes d'orthographe ?
- Les problèmes d'accord
- Les confusions fréquentes
- Conjugaison, emploi et concordance des temps
- Les principales erreurs de construction

#### L'écriture et le style

- Le respect du texte
- Les répétitions, les pléonasmes
- Formulations proches et abus de langage
- Les anglicismes

## Bibliographie du cours

---

### Ouvrages de typographie

- *Lexique des règles typographiques en usage à l'imprimerie nationale*, Imprimerie nationale, 2002.
- Charles Gouriou, *Mémento typographique*, éditions du Cercle de la Librairie, 1990.

### Dictionnaires de langue française

- *Le Petit Larousse illustré* (dans une édition récente, postérieure à 2010).
- *Le Petit Robert* (dans une édition récente, postérieure à 2010).

### Difficultés du français

- André Jouette, *Dictionnaire d'orthographe et expression écrite*, coll. « Les Usuels », éditions Le Robert, 2013.
- Maurice Grévisse, André Goosse, *Le Bon Usage*, 14<sup>e</sup> édition, De Boeck, 2007.
- *Dictionnaire d'orthographe et de difficultés du français*, coll. « Les Usuels », éditions Le Robert, 2013.
- *La Conjugaison pour tous*, coll. « Bescherelle », Hatier, 2012.

### Sites Internet utiles

- Dictionnaire Larousse en ligne : [www.larousse.fr](http://www.larousse.fr)
- Conjugueur Bescherelle : [www.bescherelle.com/conjugueur.php](http://www.bescherelle.com/conjugueur.php)
- Trésor de la langue française informatisé : <http://atilf.atilf.fr/tlf.htm>
- Banque de dépannage linguistique : [www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bdl.html](http://www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bdl.html)

## Modalités précises de contrôle

---

Deux exercices notés, prenant la forme d'une correction de texte en temps limité :

- l'un, portant sur l'emploi des signes de correction et la maîtrise des principales règles du *Code typographique* ;
- l'autre, portant sur les difficultés de la langue française.

## Relations presse

### Valentine Lenglet

---

### Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

---

Comprendre l'organisation des médias et des rédactions  
Comprendre le rôle des relations presse / organisation d'une agence de presse  
Savoir rédiger un communiqué de presse / un dossier de presse  
Construire une communication adaptée vers les journalistes / développer les bases de la réflexion stratégique  
Découvrir les relations presse dans l'édition  
Comprendre l'évolution du métier d'attaché de presse

### Plan du cours

---

#### Cours 1 :

- Définition du métier
- Introduction aux médias et au métier de journaliste
- Les relations presse : pourquoi et sur quoi communiquer
- Les outils des relations presse : communiqué de presse / dossier de presse / conférences et voyages de presse /

#### Cours 2 :

- Les relations presse au quotidien
    - relations avec les journalistes
    - recommandation stratégique
- Les différences entre marketing et RP (savoir évaluer et valoriser un travail RP)
- Cas pratique : travail sur le CP / Travail sur la conférence de presse

#### Cours 3 :

- Le métier d'attaché de presse dans l'édition
- Missions et particularités
- Cas pratique : un plan média adapté au livre + lancement original

#### Cours 4 :

- Evolution : d'attaché de presse à chargé de communication
- Etre de plus en plus créatif CP / DP
- Lancement BtoB et BtoC (exemple et cas pratique)
- Les réseaux sociaux et nouveaux prescripteurs (enjeux de demain)

Cours 5 : Evaluation individuelle écrite sur une recommandation stratégique

### Bibliographie du cours

---

Marie-Laure Laville, *Les relations presse à l'heure du digital - Des influenceurs aux ambassadeurs*, Paris, Kawa, février 2017.

Jeanne Bordeau, *Le dossier et le communiqué de presse*, Paris : Eyrolles-Éd. d'Organisation, 2008.

Jeanne Bordeau, *La boîte à outil du chargé de communication*, Paris : Eyrolles-Éd. d'Organisation, 2011.

Elodie Cally, *Réussir ses relations presse Nouveaux médias, communiqué de presse, interviews, évaluation des retombées presse, 2ème édition*, Paris : Dunod, mars 2015  
Etude (broché).

### Modalités précises de contrôle

---

Contrôle terminal, écrit.



## Ateliers gestion de projet

### Projets tutorés (S1 et S2)

---

Les **ateliers** préparent les étudiants à la gestion des projets tutorés (responsable Angela Pinzone).

Présentation du déroulement des projets tutorés, de l'espace Workplace, qui servira d'outils de communication et de suivi des projets tutorés

Réalisation d'un cahier des charges

Etablissement d'un rétroplanning

Gestion du budget et demande de devis

Gestion de la relation avec les interlocuteurs professionnels ou universitaires

Les **projets tutorés** sont des mises en situation professionnelle dans les domaines de la communication et de l'édition. Les projets commencent en septembre 2018 et se terminent en juin 2019. Chaque groupe choisit un chef de projet parmi ses membres avant la fin de la troisième séance. Un *Cahier des charges* est à rédiger pour le 21 décembre ensemble avec les tuteurs ; une version dactylographiée doit être déposée au secrétariat. Le travail effectif se réalisera dans les salles informatiques, dans la salle de cours, dans la salle de projets tutorés ou dans les salles informatiques en libre accès. Les tuteurs doivent être au courant de l'endroit où se trouve le groupe à tout moment. Des MacBook Pro et des iPads sont mis à disposition des groupes, selon leurs besoins. L'imprimante de la salle J 147 pourra être utilisée pour des essais d'impression, mais pas pour les produits finaux. Les studios multimédia seront utilisés sur réservation, selon les besoins des groupes. Pour toute demande de matériel s'adresser à Bernadette Pasquier (bernadette.pasquier@u-cergy.fr).

Toute décision, dépense et produit final seront soumis aux superviseurs dans des délais raisonnables (prévoir plusieurs jours pour la validation). Pour chaque dépense qui se fera autrement que par le marché de l'université, demander 3 devis différents et justifier le choix final.

Conseil : choisissez un projet que vous aurez peu de chances de réaliser dans vos entreprises respectives.

A mi-parcours, une présentation des avancées et des préconisations sera faite devant les tuteurs et les superviseurs. Des directions seront alors choisies pour la poursuite de chaque projet.

Responsables des projets tutorés : Dominique Dufour, Pascal Rouleau

Superviseurs : Joanna Nowicki, Luciana Radut-Gaghi

Chaque groupe tutoré travaillera avec plusieurs tuteurs.

## Projets proposés

---

### **Célébration centenaire Grande Guerre (bibliothèque universitaire Cergy)**

La BU organise tout au long de l'année 2018 une série d'événements : conférences, expositions, spectacles, concours à l'occasion du centenaire de la Grande Guerre. Les étudiants du groupe auront la charge de la réalisation de visuels, de la plaquette du deuxième semestre (sur le modèle de celle du premier, déjà réalisée), de la communication multimédia autour des événements, en accord avec les commanditaires. Ils seront aussi force de proposition pour des actions éditoriales et de communication.

### **Edition des meilleurs mémoires 2018**

Depuis six ans, le Master IEC publie sous format papier les meilleurs mémoires de recherche professionnels de ses étudiants. La règle est que les M1 éditent les mémoires de la promotion sortante. Vous serez en charge de l'édition de 3 ou 4 mémoires de la promotion 2017 (un jury se réunira fin septembre, après les soutenances de tous les mémoires, et arrêtera la liste). Il s'agit donc d'un travail éditorial de relecture, correction de manuscrit, mise en pages, relation avec l'auteur. Un budget est également à gérer et des contacts avec les fournisseurs à prendre. Livrable à la mi-mars. Nouveauté cette année, une version numérique devra aussi être réalisée. Le groupe aura également la charge de mettre à jour les archives de Mémoires en poche (bureau 246), ainsi que le catalogue.

### **Visite professionnelle d'une journée, le 15 mars 2019**

Le groupe tutoré aura en charge l'organisation de ce voyage professionnel d'un jour : achat des billets, contacts sur place, organisation de la journée, communication en amont et en aval des visites. Après le voyage, le groupe sera en charge de la mise en ligne d'une vidéo et d'un reportage du voyage, sur le site du master. Cette année, la visite se fera à Montpellier, où les étudiants visiteront les Archives départementales de l'Hérault (pierresvives) ainsi qu'une imprimerie qu'ils devront choisir.

### **Communication et valorisation du master IEC**

L'équipe en charge a pour objectif de développer la notoriété du Master IEC sur Internet et les réseaux sociaux, ainsi que pour ce qui concerne l'impression papier. Elle devra s'assurer que le site Internet est à jour, et développer une stratégie de contenus originaux et pertinents pour les réseaux sociaux. Toute initiative et acte de créativité est bienvenu pour l'ensemble de supports de communication.

### **Edition Vivre l'humanisme, commanditaire Georges Lomné**

Fruit d'un partenariat entre l'Institut collégial européen et les Éditions Espaces 34 (Montpellier), la collection « Vivre l'humanisme d'hier à demain » a vu le jour en 2017, avec un livre hommage à Yves Bonnefoy. Cette année, le groupe de projet tutoré aura en charge la finalisation de l'édition du deuxième volume de la collection, dédié à Gilbert Gadoffre, et la préparation du troisième volume.

Les étudiants auront l'opportunité de prendre part à toutes les étapes du projet éditorial : réception et correction du manuscrit, mise en pages sous InDesign, intégration et pointage de corrections, relecture sur épreuves, échange avec les auteurs et la maison d'édition.

Chaque étudiant indiquera au secrétariat les trois projets auquel il voudrait participer avant le 20 septembre à 12h. Les groupes seront formés en fonction de ces vœux. Les étudiants n'ayant pas exprimé leurs vœux jusqu'à cette date seront distribués dans les groupes par l'équipe enseignante.

## Critères d'évaluation

---

Lors de la séance de mi-parcours du 17 janvier 2019, les étudiants présentent leur cahier des charges et l'évolution du projet devant le jury.

Les soutenances des projets sont organisées le 6 juin 2019.

Chaque groupe devra présenter son projet devant le jury formé d'enseignants et de tuteurs professionnels, en insistant sur les points suivants : objectifs, moyens mis à l'œuvre, résultats, atouts. Des présentations power point sont souhaitables. Evitez une présentation scolaire et essayez de faire une véritable présentation de professionnels qui soutiennent avec conviction leur projet devant les clients.

Chaque présentation durera 10 minutes et sera suivie de 10 minutes de discussion avec le jury. Toute la promotion a l'obligation d'assister aux soutenances des projets tutorés.

Le projet sera évalué en trois temps :

Cahier des charges : contenus, présentation, pertinence, clarté	Note collective	Note au premier semestre, UE Ateliers gestion de projets
Production : qualité, respect des objectifs établis dans le cahier des charges ou justification des écarts par rapport au cahier des charges	Note collective	1/2 de la note du 2 <sup>e</sup> semestre
Soutenance orale : restitution des problématiques du projet liées à votre rôle.	Note individuelle	1/2 de la note du 2 <sup>e</sup> semestre

## Communication and Publishing English (répartition par groupes de niveau)

### Tanguy Bérenger

---

### Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

---

Ce cours d'anglais propose d'étudier les problématiques du secteur de l'édition et de la communication au XXIème siècle, tout en faisant l'acquisition du vocabulaire anglais indispensable pour ce secteur et tout en perfectionnant les 5 compétences langagières (compréhension orale et écrite, production orale et écrite, interaction orale). On étudiera des programmes culturels, des témoignages de professionnels, des événements internationaux, les débats actuels sur les nouveaux circuits, les enjeux du numérique, ainsi que la rédaction de documents et des mises en situation.

### Bibliographie du cours

---

Il est fortement recommandé de consulter un dictionnaire bilingue, et une grammaire :  
*Dictionnaire Le Robert & Collins Français – Anglais / Anglais – Français* (2010).  
*English Grammar in Use*, Raymond Murphy. Third Edition with Answers.  
(Cambridge University Press, 2004).

Sites internet utiles :

<http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/>

<http://edition.cnn.com/studentnews/index.html>

[http://www.ets.org/fr/toEIC/listening\\_reading/test\\_preparation/sample\\_questions](http://www.ets.org/fr/toEIC/listening_reading/test_preparation/sample_questions)

### Modalités précises de contrôle

---

Les étudiants inscrits seront évalués en **contrôle continu** pendant les TD d'anglais :

- **1 devoir sur table de mi-semestre** (1 heure) = 25% de la moyenne
- **1 devoir sur table de fin de semestre** (2 heures) = 45% de la moyenne
- **Note d'oral** (contrôle continu) = 30% de la moyenne.

NB : La note d'oral prend en compte l'assiduité, la participation au cours (quantité / qualité des interventions), la qualité des présentations orales, de la production orale en interaction, le travail personnel, les recherches, et les devoirs maison.

## Communication multimédia (demi-groupes)

Dominique Dufour

---

### Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

---

Ce cours aborde les aspects éditoriaux, techniques et graphiques de la communication en ligne. Il s'agit de former des communicants capables d'adapter leur discours aux spécificités de ce média, d'être force de propositions pertinentes concernant la stratégie en ligne d'une marque ou d'une institution.

Compétences développées :

- - définir une stratégie web et sociale
- - apprendre à rédiger « multimédia »
- - pratiquer les outils de l'Internet et des réseaux sociaux

### Plan du cours

---

- 1. Ecrire multimédia (vidéo, son, photos,...)
- 2. Maîtriser les réseaux sociaux dans un contexte professionnel
- 3. Le web marketing
- 3. Photoshop & inDesign

### Bibliographie du cours

---

- Les rubriques technologies des grands médias en ligne :  
Le Monde.fr,...  
Sites en anglais : Wired.com, Bits.blogs.nytimes.com, Mashable.com,  
Techcrunch.com  
Pureplayers : Le blog du modérateur, Frenchweb, Maddyness...
- Elie Sloïm, Laurent Denis, Muriel de Dona, Fabrice Bonny, *Qualité Web - Les bonnes pratiques pour améliorer vos sites*, Paris, Editions Temesis, 2012, 392 p.
- Seth Godin, *Tribus*, Diateino, 2008, 200 p.

### Modalités précises de contrôle

---

- Projets (en groupe, contrôle continu)

## Retour d'expérience professionnelle Tuteurs et Benjamine Letu-Montois

---

Pour valider la formation, les étudiants ont l'obligation d'effectuer un stage de quatre mois minimum à temps complet ou un apprentissage dans le domaine de la communication ou de l'édition. Le retour d'expérience professionnelle a pour finalité générale : - de faire le lien entre connaissances théoriques acquises pendant la formation et savoir-faire en situation professionnelle ; - de prendre du recul sur sa pratique professionnelle.

A la fin de l'année universitaire, les étudiants présentent le bilan de leur expérience professionnelle devant l'équipe pédagogique du Master IEC.

Pour cette occasion ils rédigent un document d'analyse :

- de l'entreprise d'un point de vue stratégique et organisationnelle (voir cours Sociologie des organisations et ouvrage *La Sociologie des organisations* de Philippe Bernoux, Seuil, 2008).
- de l'équipe dans laquelle ils évoluent et autres groupes auxquels ils sont confrontés (les règles implicites/explicites qui régissent l'équipe/groupe, son organisation, ses enjeux, son contexte...)
- individuelle, en questionnant leur pratique d'un point de vue objectif (mission, objectifs, compétences déployées, résultats) et subjectif (rôle/ place de l'apprenant, interaction/relation avec les différents acteurs, son ressenti, sa communication, son identité, ses changements...)

Le livrable, de huit à dix pages contiendra notamment les points suivants :

- une situation vécue à problématiser.
- l'explication du choix du stage ou de l'apprentissage ;
- la présentation de l'entreprise (description globale, produits, données générales)
- l'analyse de son positionnement sur le marché ; les enjeux de la structure
- les enjeux du poste dans la structure ; les règles formelles ; les règles informelles ;

Le rapport sera déposé au secrétariat en double exemplaire avant le 1<sup>er</sup> juin à 16h et soutenu devant les enseignants et l'ensemble de la promotion. La présentation orale aura lieu le 9 juin. Chaque étudiant disposera de dix minutes. La présentation se fera de manière originale. A l'oral, les étudiants insisteront sur la place de l'expérience professionnelle dans leur projet professionnel.

### Critères d'évaluation

---

- Esprit d'analyse et de synthèse du rapport de stage
- Clarté et précision de la présentation orale
- Qualité du « support » oral
- Contenu/fond de la présentation orale
- Recul personnel



## Programme des cours du second semestre

Unité d'enseignement	Enseignant	CM/ TD	Heures	Coeffi - cients	Crédits	Page
UE1 Numérique : édition et communication	Stéphane Amiot	CM	18	3	4	32
UE2 Critères de choix éditoriaux	Ylan de Raspide	CM	15	3	4	33
UE3 Ecriture et médias	Aurélien Coustillac	CM	21	2	3	34
UE4 Rhétorique de l'image	Béatrice Turpin et Mona de Sa	CM	15	2	3	35
UE5 Culture de l'information sur le web	Quentin Bultez	CM	15	2	3	36
UE6 PAO, graphisme et créativité	Sébastien Besnier et Mona de Sa	TD	27	3	2	37
UE7 Language and Society in the English-Speaking World	Tanguy Bérenger	CM	21	3	3	39
UE8 Séminaire de recherche Epistémologie du discours ou Littérature et édition	J. Nowicki et L. Radut-Gaghi, C. Coste	CM	20	3	3	40
UE9 Projets tutorés et soutenance	Equipe projets tutorés	TD	21	2	3	24
UE10 Retour d'expérience stagiaires et apprentis	Tuteurs et Benjamine Letu- Montois	TD	4	2	2	42
Visites professionnelles		TD	7			38



## Numérique : édition et communication

### Stéphane Amiot

---

### Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

---

Les univers de l'édition et de la librairie doivent faire face aujourd'hui aux mutations technologiques de l'ère numérique. Ce cours a pour objectif d'aller au-delà de la description technique et de comprendre les fondements de la culture et de la lecture numérique, la nouvelle architecture de l'édition numérique, les bouleversements économiques en cours.

### Plan du cours

---

L'ère Gutenberg face au numérique  
Nouveaux paradigmes de la lecture numérique (cognitifs, culturels, sociaux)  
Les droits numériques  
L'édition numérique  
Les fichiers numériques et la technologie  
La diffusion du livre numérique  
L'ubérisation du secteur  
Application : production d'un livre numérique

### Bibliographie du cours

---

Benoît Sillard, *Maîtres ou esclaves du numérique ? 2049 : Internet, notre second cerveau*, Paris, Eyrolles, 2011.  
Michel Serres, *Petite Poucette*, L'Olivier, 2012.  
François Bon, *Après le livre*, Le Tiers Livre, 2011, actualisé en 2014.  
Christian Vandendorpe, *Du papyrus à l'hypertexte*, La Découverte, 1999.  
Alberto Manguel, *Une histoire de la lecture*, Actes Sud, 1999.

### Modalités précises de contrôle

---

Travail de groupe terminal sur la production et la diffusion d'un livre numérique.

## Critères de choix éditoriaux

### Ylan de Raspide

---

### Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

---

La prospection et la créativité éditoriale sont parmi les préoccupations majeures de l'éditeur d'acquisition

. Ces thématiques sont passionnantes, centrales, mais ne sont pas forcément évidentes à appréhender.

L'objectif de ce cours est donc de sensibiliser les futurs professionnels du livre à ces problématiques et de proposer une méthodologie pour les appréhender de façon plus constructive et décomplexée.

- Professionnel de l'édition, j'ai la volonté de construire un cours pratique, pragmatique, et fortement **ancré dans l'actualité**, dans la "réalité des choses" de ce métier.

- Un deuxième objectif est de donner aux étudiants quelques **bases d'une culture générale de l'édition**, car si ce monde est en très profonde mutation, l'édition reste une vieille et noble dame et il est important de connaître l'histoire de certaines de ses plus illustres maisons.

- Enfin de nombreuses informations **sur le marché de l'édition**, exposées au travers d'exemples pratiques, ponctueront ce cours.

C'est au travers de ces trois axes pédagogiques que nous aborderons, avec la première année de Master, la thématique de notre cours : les critères de choix éditoriaux.

### Plan du cours

---

Éditer aujourd'hui

Panorama éditorial et secteur pratique

Prospection endogène et exogène.

Connaître le marché

Traduction ou création ?

Ouvrages de fonds, d'actualité ou de coup : la prise de risque éditorial De la créativité éditoriale : du CEP aux autres façons d'éditer.

Questions/Réponses et Devoir sur table

### Bibliographie du cours

---

André Schiffrin, *L'édition sans éditeurs*, La Fabrique, 1999

Marc Combier, sous la direction de, *Encyclopédie de la chose imprimée*, Retz, 1999

Pierre Assouline, *Gaston Gallimard. Un demi-siècle d'édition*, Pierre Assouline, Folio 2006

### Modalités précises de contrôle

---

Contrôle terminal. Devoir individuel sur table

## Écriture et médias

### Aurélien Coustillac

---

### Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

---

Ce cours a pour objectif la maîtrise des techniques d'écriture journalistique appliquée aux supports de communication papier et web : l'aptitude à concevoir et à écrire un reportage. Sont examinées les spécificités d'écriture journalistique, print ou web.

Ce cours a un par ailleurs une dimension « perfectionnement de l'écriture ». A partir des pratiques rédactionnelles auxquelles vous êtes confrontés en entreprise, des exercices brefs mais réguliers vous sont proposés pour vous permettre de rendre votre rédaction la plus performante possible : organisation des idées, clarté, style percutant.

### Plan du cours

---

- Rappel des caractéristiques de l'écriture journalistique et de ses enjeux dans les supports de communication
- L'habillage d'un texte journalistique
- L'angle d'un sujet
- Les genres journalistiques (brève, filet, compte-rendu, reportage, interview, enquête, portrait, commentaires...)
- Focus sur le reportage et réalisation d'un article de ce type (anglé et habillé)
- Travail de réécriture et d'enrichissement du texte
- Présentation par chacun de son reportage devant l'ensemble de la classe

### Bibliographie du cours

---

Y. Agnès, *Manuel de Journalisme*, La Découverte, coll. Grands repères, 2002 pour la première édition.

Manuel de la rédaction. *Les techniques journalistiques de base*, CFPJ, 2007.

J.L. Martin-Lagardette, *Le guide de l'écriture journalistique*, La Découverte, 2003, rééditions mises à jour depuis.

Pascal Perrat, *Libérer son écriture et enrichir son style*, Victoires Editions, 2016

### Modalités précises de contrôle

---

Seuls ou en binômes, les étudiants réalisent un reportage sur un sujet au choix. En collaboration avec le cours de PAO, ce travail fera l'objet d'une mise en pages avec des enrichissements multimédias. Il sera publié sur le site et blog du master. *Angle, écriture, habillage du texte. 70% de la note.*

Un second travail de recherche d'un sujet et d'un angle à propos des projets tutorés M1 ou M2 (un projet par groupe, organisation à décider avec l'enseignant). *30% de la note*

## Rhétorique de l'image

Béatrice Turpin et Mona de Sa

---

### Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

---

Percevoir pleinement les pouvoirs de l'image et être capable d'en analyser le sens.  
Intégrer ces compétences dans la réflexion sur la fonction de l'image dans le champ éditorial. Analyse et mise en pratique des codes graphiques contemporains.

### Plan du cours

---

*Du texte inaugural de Barthes sur la rhétorique de l'image à une sémiotique de l'éthos.*  
Nous nous poserons la question de savoir comment l'image apparaît dans la communication éditoriale, sous quelle forme, liée au texte, indissociable de lui, dans l'image de la lettre voire sa mise en scène dans le discours ou bien « à côté », l'illustrant dans un procès qui ne saurait se réduire à une transposition sémiotique.

- *Introduction : Le discours de l'image.*

Qu'est-ce qu'une image ? Types et genres. Images et réel ; images et représentation.  
L'image et son commentaire.

- *La rhétorique de l'image.*

La rhétorique de l'image selon Barthes. Rhétorique et sémiologie. Fonctions de l'image et fonctions du texte par rapport à l'image.

- *Image et édition.* Image et paratexte éditorial (de la 1<sup>e</sup> de couverture au site web). Les pouvoirs de l'image. Image et éthos. Image et marketing.

### Bibliographie du cours

---

Barthes Roland, « Rhétorique de l'image » in *L'obvie et l'obtus, Essais critiques III*, éd. « Points » Seuil, 1992.

Genette Gérard, *Seuils*, éd. « Points » Seuil, Paris, 1987.

Joly Martine, *Introduction à l'analyse de l'image*, A. Colin, Paris, 2009.

Lane Philippe, *La périphérie du texte*, Nathan, Paris, 1992.

Matthews Nicole, *Judging a book by its cover: fans, publishers, designers, and the marketing of fiction*, Ashgate Pub., 2007.

### Modalités précises de contrôle

---

Contrôle terminal individuel. Rédaction d'un article sur l'importance de l'image dans une stratégie éditoriale (le thème sera précisé par chaque étudiant à partir de son contexte de travail)

## Culture de l'information sur le web

Quentin Bultez

---

### Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

---

Connaître les mécanismes d'organisation et de hiérarchisation des informations sur le web (algorithmes des moteurs de recherche et des réseaux sociaux notamment)

Connaître les usages du web et des réseaux sociaux pour établir des stratégies de communication (SEO, *community management*, etc.)

S'initier à l'analyse de bases de données et à leur représentation graphique

### Plan du cours

---

1. L'architecture du web
2. Les moteurs de recherche
3. L'écriture web et le Search Engine Optimization
4. Les réseaux sociaux
5. Le travail des données

### Bibliographie du cours

---

Cardon D., *La démocratie Internet*, Le Seuil, 2010.

Cardon D. (dir.), « Politique des algorithmes », numéro spécial de la revue *Réseaux*, n°177, 2013.

Highfield T., *Social Media and Everyday Politics*, Polity, 2016.

Mc Candless D., *Information is beautiful*, Collins, 2011.

Rogers R., *Information Politics on the Web*, MIT Press, 2004.

Rogers S., *Facts are sacred: the power of data*, Guardian Books, 2011.

### Modalités précises de contrôle

---

Mise en forme d'articles pour améliorer leur référencement. Analyse et représentation graphique d'une base de données

## PAO, graphisme et créativité (demi-groupes) Sébastien Besnier et Mona de Sa

---

### Objectifs - connaissances acquises et compétences visées

---

#### Le double objectif de ce cours est :

- de développer le sens créatif notamment par la création d'une identité visuelle (charte graphique),
- d'acquérir les compétences techniques relatives à la création d'un fichier imprimable et les notions de base de fabrication du produit imprimé, au travers d'ateliers créatifs au service des projets de communication et édition.

#### Compétences développées :

- analyser logos, chartes graphiques, supports de communication,
- créer des éléments et produits graphiques sous Indesign, Photoshop et Illustrator ; en début de semestre : atelier créatif autour de l'identité visuelle (BrainGym, brainstorming et création, mindmapping, *en petits groupes*)
- analyser et paramétrer techniquement le produit graphique : formats de fichier, résolutions, espaces colorimétrique...
- comprendre un cahier des charges imprimeur.

### Plan du cours

---

Dans le cadre d'une pédagogie innovante et réactive, le plan de cours s'adaptera aux demandes et projets en édition et communication qui pourront se présenter à partir de la rentrée. Les travaux demandés s'effectueront en groupe, et associeront les notions de créativité et d'imprimabilité. On retrouvera pour les deux années du Master l'organisation suivante :

- Exercices pratiques pour stimuler la créativité
- Etude de l'identité visuelle (typographie, logos, chartes graphiques et divers supports de communication/ édition).
- Cours théoriques (technologie du fichier imprimé) et pratique sur logiciels de PAO (InDesign, Photoshop et Illustrator).
- Mise en pratique : réflexions, études et réalisations sur poste informatique.

### Bibliographie du cours

---

- Healey (Matthew), *Logos et identités visuelles, principes fondamentaux et études de cas*, Paris, Dunod, 2011, 240 p.
- Ambrose / Harris, *Typographie*, Paris, Pyramyd, 2008, 175 p.
- Friedl (Friedrich) *Quand, qui, comment, Typographie*, Konemann, 1998.
- Koren (Leonard) et Meckler (R. Wippo) *Graphic design, Cookbook*, Chronicle books, 1989.
- Poulin (Richard), *Les fondamentaux du design graphique*, Dunod, 2012.
- Bann (David) - Guide pratique de l'impression, du prépresse à l'imprimé, éd. Pyramyd, 2007, 226 pages, ISBN:978-2350170732

- Johansson (Kaj), Lundberg (Peter) & Ryberg (Robert) - La chaîne graphique : Prépresse, impression, finition Relié, éd. Eyrolles, 2015, 452 pages, ISBN:978-2212142402
- Collectif (Auteur) - Lexique des règles typographiques en usage à l'Imprimerie nationale Broché – éd. Imprimerie nationale, 2002, 196 pages, ISBN:978-2743304829
- Prévot (Pascal), Izoulet (Kathleen) - De la prépa de copie à la mise en page Broché, éd. Eyrolles, 2006, 62 pages, ISBN:978-2212117981
- Prévot (Pascal), Rocher (Fabien) - Techniques d'impression Broché, éd. Eyrolles, 2006, 94 pages, ISBN:978-2212117974
- Pieters (Jacqueline) - Fabrication du document imprimé: Chiffrer - Commander - Acheter - Contrôler Broché, éd. Eyrolles, 2006, 292 pages, ISBN:978-2212115093

### Modalités précises de contrôle

---

Contrôle continu sur la réalisation de projets dans l'année.

## Language and Society in the English-Speaking World (répartition par groupes de niveau)

Tanguy Bérenger

---

### Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

---

À travers l'étude de documents extraits des médias anglophones (presse écrite, radio, télévision, blogs, podcasts...), les étudiants seront amenés à approfondir leur maîtrise de la langue anglaise tant à l'écrit qu'à l'oral. Ce cours permettra aux étudiants d'appréhender les spécificités culturelles du monde anglophone et ses industries.

### Plan du cours

---

#### Modules : cultures du monde anglophone

Entraînement aux compétences de compréhension écrite et orale à partir de supports audio/vidéo et écrits tirés de l'actualité éditoriale, littéraire, artistique, politique, économique.

### Bibliographie du cours

---

Il est fortement recommandé de consulter un dictionnaire bilingue, et une grammaire :  
*Dictionnaire Le Robert & Collins Français – Anglais / Anglais – Français* (2010).  
*English Grammar in Use*, Raymond Murphy. Third Edition with Answers.  
(Cambridge University Press, 2004).

Sites internet utiles :

<http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/>

<http://edition.cnn.com/studentnews/index.html>

[http://www.ets.org/fr/toEIC/listening\\_reading/test\\_preparation/sample\\_questions](http://www.ets.org/fr/toEIC/listening_reading/test_preparation/sample_questions)

### Modalités précises de contrôle

---

L'évaluation portera sur les cinq compétences langagières, et les étudiants inscrits seront évalués en **contrôle continu** en cours, pendant les TD d'anglais :

- **1 devoir sur table de mi-semestre** (durée 1 heure) = 25% de la moyenne
- **1 devoir sur table de fin semestre** (durée 2 heures) = 45% de la moyenne
- **Note d'oral (contrôle continu)** = 30% de la moyenne.

NB : La note d'oral prend en compte l'assiduité, la participation au cours (quantité / qualité des interventions), la qualité des présentations orales, de la production orale en interaction, le travail personnel, les recherches, et les devoirs maison.



## Séminaire recherche

---

### Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

---

Le séminaire de recherche a pour objectif d'initier les étudiants du master professionnel IEC à des domaines d'expertise différents des leurs, à leur aiguïser l'esprit d'analyse et de synthèse, à enrichir leur culture générale.

Le choix du séminaire doit être validé par l'équipe de direction du master. Plusieurs séminaires sont proposés ci-dessous. Néanmoins, chaque étudiant peut suivre un séminaire dans un autre domaine universitaire et de recherche. Il est également possible de valider un séminaire de recherche à l'étranger (la recherche de celui-ci sera à la charge de l'étudiant).

L'UE Séminaire de recherche sera validée au second semestre. Les étudiants pourront choisir des séminaires dont les séances se déroulent (aussi) au premier semestre.

### Epistémologie du discours, Joanna Nowicki et Luciana Radut-Gaghi

---

#### Objectifs

A l'ère où l'humanité produit plus de discours que jamais, nous souhaitons revenir sur la notion même de discours et l'analyser par le prisme de ses emplois dans les sciences humaines et sociales. Nous considérons l'épistémologie dans le sens de théorie de la connaissance et tenterons de l'appliquer à cet objet large et interprétable qui est le discours. Face à la spécialisation des disciplines et à l'extrême diversification des discours, il nous semble important que l'Université revienne sur les textes fondateurs et sur les concepts centraux afin de faciliter leur compréhension et usage, aussi bien dans la recherche fondamentale que dans ses applications contemporaines.

#### Sujets abordés

Analogie et comparatisme  
Analyses du discours  
Les corpus  
L'identité narrative  
Le récit littéraire et médiatique

#### Bibliographie

Norman Fairclough, *Language and Power*, Londres, Longman, 1989.  
Michel Foucault, *L'ordre du discours*, Gallimard, 1971.  
Edgar Morin, Jean Louis Lemoine, *L'intelligence de la Complexité*, L'Harmattan, 1999.  
Jean Louis Lemoigne, *Les épistémologies constructivistes*, PUF, 1995.  
Edgar Morin, *Introduction à la pensée complexe*, Seuil, 2005.  
André Reszler, *Le pluralisme*, La table ronde, 2001.  
Armand Mattelard, Eric Neveu, *Introduction aux Cultural Studies*, La Découverte, 2003.  
Paul Ricoeur, *La métaphore vive*, Seuil, 1975.  
Douglas Hofstadter, Emmanuel Sander, *L'analogie, Cœur de la pensée*, Odile Jacob, 2013.

#### Evaluation

Exposé oral et sa version écrite d'une analyse de discours de la scène publique française.

## Littérature et édition, Claude Coste

---

### Objectifs

Qu'est-ce qu'interpréter un texte ? Comment le sens s'élabore-t-il ? La réponse concerne à la fois l'auteur, le lecteur, sans oublier cette figure intermédiaire et indispensable que représente l'éditeur, défini à la fois comme *editor* et comme *publisher*.

Dans quelle mesure le travail d'édition concourt-il à la construction du sens ?

Le séminaire se propose de répondre (partiellement au moins !) à cette vaste question en envisageant différentes pratiques éditoriales, du XIXe siècle à nos jours, de Gustave Lanson à la critique génétique.

L'analyse de ces pratiques amènera à réfléchir aux diverses manières d'aborder la lecture d'un texte, qu'il s'agisse de l'herméneutique, du positivisme, de la déconstruction derridienne, de l'actualisation ou des théories de la réception...

### Plan du cours

Après deux séances d'introduction générale sur les différentes formes de lecture, chaque séance du séminaire envisagera un exemple d'édition de texte, choisi en fonction de son exemplarité, de l'actualité ou des centres d'intérêt des étudiants.

### Bibliographie

- Barthes, Roland, *Critique et vérité*, Le Seuil, 1966  
Bayard, Pierre, *Comment parler des livres qu'on n'a pas lus ?*, Minuit, 2007  
Biasi, Pierre-Marc de, *Génétique des textes*, CNRS éditions, 2011  
Citton, Yves, *Lire, interpréter, actualiser, Pour quoi les études littéraires ?*, Amsterdam, 2007  
Coste, Claude, *Barthes*, textes choisis et présentés par, Le Seuil, 2010  
Derrida, Jacques, *L'Écriture et la différence*, Paris, Le Seuil, 1967  
Ferrer, Daniel, *Logiques du brouillon, Modèles pour une écriture génétique*, Le Seuil, 2011

### Evaluation

Un compte rendu écrit sur un travail d'édition.

## Visites professionnelles

---

Les visites professionnelles dès le M1 ont pour objectif la connaissance d'éléments originaux du patrimoine éditorial français et la familiarisation avec le fonctionnement d'une imprimerie. Organisées sur un jour et obligatoire dans le cursus, ces visites, organisées par un groupe tutoré, se feront cette année à Montpellier, où les étudiants visiteront les Archives départementales de l'Hérault (pierresvives) ainsi qu'une imprimerie qu'ils devront choisir.

## Master professionnel Ingénierie éditoriale et communication

---

Département de Lettres modernes  
UFR Lettres et sciences humaines  
Université de Cergy-Pontoise  
Site de Gennevilliers  
[www.u-cergy.fr](http://www.u-cergy.fr)

**[www.masteriec.fr](http://www.masteriec.fr)**

Le Master Ingénierie éditoriale et communication (IEC) donne aux étudiants une double compétence en édition et en communication. Cet enseignement pluridisciplinaire les forme aux problématiques professionnelles actuelles et leur permet d'acquérir des bases conceptuelles solides dans ces domaines en constante mutation.

L'enseignement du Master IEC est marqué par une vision internationale des mondes de l'édition et de la communication et a comme objectif l'acquisition de la plus large autonomie possible dans l'exercice des métiers concernés. Chaque année, des professionnels de haut niveau viennent compléter les cours dispensés au sein du master par des conférences-débat. Un séjour d'étude à l'étranger fait partie du cursus. Il est préparé dans le cadre d'un projet tutoré par des étudiants en M2.

Les étudiants de Master 2 rédigent un mémoire de recherche professionnel destiné à affiner leur réflexion et les préparer à la prise de responsabilité dans le secteur professionnel auquel ils se destinent. Il peut également se poursuivre avec une thèse de doctorat en lettres ou en communication qui est de plus en plus appréciée par le monde professionnel en France et à l'étranger.